

O áudio nas notícias das ciber-rádios: do hipertexto ao hiper-áudio?

Isabel Reis¹

Universidade do Porto²

Resumo

Num meio interactivo e hipertextual como o da internet seria de esperar que a ciber-rádio explorasse novos caminhos para o que ainda a distingue num cenário cada vez mais dominado pela convergência: o som. No entanto, quase duas décadas depois do áudio ter entrado na rede, verifica-se que a rádio tradicional é ainda quem detém a expressividade sonora em contraponto com a ciber-rádio que se limita a reproduzir vozes e uma única componente da linguagem radiofónica: a palavra; sem conjugar os componentes do som, sem criar híper-vínculos sonoros e, por consequência, sem gerar hiper-áudios.

Palavras-chave: rádio; internet; áudio; ciber-rádio; hiper-áudio;

Introdução

A internet trouxe a possibilidade de conjugar numa mesma mensagem textos, imagens e sons numa integração dinâmica de vários recursos expressivos. O ambiente da *web* é, por inerência, hipertextual, multimédia e interactivo: três características indissociáveis da internet e que estão interconectadas. O produto jornalístico é resultado da sua articulação em conjunto, da sua evolução, exploração e apropriação por parte dos utilizadores.

Se inicialmente a rádio encarou a internet como uma ameaça, hoje é vista não só como uma aliada, mas também como a uma oportunidade para concretizar os sonhos que ficaram por realizar no éter: a utopia da rádio democrática de Brecht ou a amplificação da dimensão sonora do mundo de McLuhan.

¹ Doutoranda em Ciências da Comunicação na Universidade do Minho

² Docente no curso de Ciências da Comunicação: Jornalismo, Assessoria e Multimédia da UP - areis@letras.up.pt

O som é a essência da rádio tradicional, na *web* há outros recursos que se conjugam e outra linguagem da qual o som é apenas um dos componentes, deixando de ser o único elo de ligação entre a rádio e o ouvinte.

Acompanhando a evolução da internet e do gradual aproveitamento das suas potencialidades, os sites das rádios deram, inicialmente, mais ênfase ao texto. Só mais tarde os conteúdos jornalísticos passam a agregar com mais frequência a imagem e o som. Embora nas suas páginas ainda façam do áudio o seu principal recurso multimédia, isso não significa que o explorem em novas dimensões, que vão além da mera transposição do som da rádio hertziana para a ciber-rádio; nem significa que integrem o som numa nova linguagem experimentando as novas possibilidades proporcionadas pela internet. Mas as características do novo meio abrem novas possibilidades ao uso do som e, sobretudo, à sua escuta por parte do ciberouvinte (Herreros, 2008; Alves, 2004) que agora pode não só escolher o que ouve, quando e quantas vezes quiser, mas pode também construir as suas próprias narrativas sonoras (Herreros, 2008). Essas narrativas são formadas pelos sistemas expressivos da linguagem sonora/radiofónica, estão relacionadas entre si e interconectadas para que os sons conduzam a outros sons de forma para que, quando clicados pelo ciberouvinte, se gerem hiper-áudios (Herreros, 2005; Alves, 2004; Caridad y Moscoso, 1992).

De que forma os sites das rádios estão a aproveitar a hipertextualidade e interactividade da internet? Pode considerar-se que há hipermédia, ou hiper-áudios nos conteúdos jornalísticos? E esses hiper-áudios geram uma nova ou novas narrativas sonoras?

Foi com base nestes pressupostos, que desenham um conceito de hiper-áudio, que se estabeleceu como objectivo aferir se há hiper-áudio nas notícias dos sites das rádios portuguesas.

A unidade de análise corresponde ao conjunto de notícias em destaque na página de abertura do *website* das quatro rádios portuguesas de âmbito nacional - TSF, Rádio Renascença, RDP e Rádio Clube - observado em quatro períodos de tempo delimitado nos anos de 2008 e 2009, com três consultas diárias. Ao todo foram analisadas 1.605 notícias e as respectivas ligações com especial enfoque nos vínculos sonoros.

Desta análise pode concluir-se que, tal como na rádio tradicional, o som é o que ainda diferencia a ciber-rádio dos outros cibermeios por ser o recurso mais agregado aos conteúdos jornalísticos. No entanto, a sua apresentação e utilização nos sites analisados não se enquadra no conceito de hiper-áudio.

Do hipertexto ao hiper-áudio

Nos cibermeios texto e hipertexto são indissociáveis assim como o são a multimedialidade ou a hipermedialidade, e a interactividade. No entanto, houve uma época em que tecnicamente ainda não era possível associar o som e a imagem ao texto, e desenvolver as potencialidades quer da multimedialidade quer da interactividade na *net*. O conceito de hipertexto era suficientemente abrangente até a evolução do novo meio oferecer novas possibilidades e, conseqüentemente, novos conceitos cada vez mais específicos e que afirmam a singularidade de cada recurso.

O hipertexto terá sido o ponto de partida numa época em que tecnicamente ainda não era possível desenvolver as potencialidades quer da multimedialidade quer da interactividade na *net*. Agora que se abrem possibilidades inimagináveis anteriormente, as três características da internet tornaram-se indissociáveis umas das outras. Mas quando o texto deixa de ser o elo de ligação, ou seja, quando os recursos expressivos audiovisuais estão ligados entre si, pode falar-se de hipertexto ou de hipermédia?

Em 1988, Nielsen distinguia os dois termos: hipertexto para texto e hipermédia para documentos não textuais. Seis anos depois, o autor (1995) salvaguarda que as definições reflectiam a época em que foram escritas, pois considera que o conceito de hipertexto já abarca o multimédia e pressupõe a interactividade, porque hipertexto e os nós hipermédia são texto, gráficos, vídeo, e som, ou seja, o hipermédia é o hipertexto multimédia interactivo.

Nielsen aborda a polémica em torno dos conceitos que distinguem hipertexto de hipermédia colocando a raiz da discussão na evolução da internet e na importância dada ao audiovisual. A tradicional definição de hipertexto implica um sistema para distribuir um texto simples, mas como os sistemas actuais incluem a possibilidade de trabalhar com outras linguagens, usa-se termo hipermédia, para enfatizar os aspectos multimédia do sistema (Nielsen, 1995). A observação é particularmente importante quando se analisa a presença da rádio na rede, sobretudo no que diz respeito à identidade e características da rádio na *web*. Mais ainda quando se fala da afirmação da rádio na internet pela predominância do som e dos hipervínculos sonoros remetendo o hipertexto-texto para um segundo plano e enfatizando o hipermédia-áudio – aspectos que diferenciam a rádio dos outros media na rede.

Cébrian Herreros (2005) confina o hipertexto a uma técnica de escrita-leitura que permite estabelecer os vínculos entre palavras, conceitos e ideias escritas. Já o

conceito de multimédia abrange todos e cada um dos sistemas considerados de forma individual: hipertexto, hiper-áudio, hiper-gráfico, hiper-animação, hiper-foto, hiper-vídeo, ou hiper-audiovisual. Para os que entendem o multimédia como um mero suporte técnico ou presença de diversos recursos expressivos na *web*, Herreros lembra que multimédia é uma informação e uma linguagem transversais, e que vai muito além das possibilidades dos media tradicionais ao permitir a inter-relação entre os diferentes media mediante a acção do utilizador.

A partir da hipermedialidade surgem, assim, conceitos mais específicos, absolutamente dependentes do recurso expressivo utilizado. E o que é, concretamente, o hiper-áudio? Um vínculo que une duas ou mais informações sonoras (Armañanzas, Noci y Meso, 1996), uma conexão associativa entre sequências digitais de som, seja voz ou música (Caridad y Moscoso, 1992), em que cabe ao utilizador o papel principal na “audiorede” (Herreros, 2005) uma vez que ao enlaçá-los uns com os outros gera hiper-áudios.

Por se tratar de informação sonora e pelo meio em si proporcionar um novo ambiente sonoro, com mais potencialidades do que o da rádio tradicional, não se pode dissociar o hiper-áudio das características, componentes, e funções do som. A palavra, música, efeitos sonoros e silêncio - componentes do som e da linguagem radiofónica - não são referidas por Herreros (2005) quando avança com o conceito de hiper-áudio: “todos os conteúdos armazenados de sons digitalizados e com capacidade para se relacionarem entre si. (...) separa-os a quantidade de informação que podem armazenar e gerir segundo o suporte em que se registre e o sistema expressivo empregue. Cada um deles pode ter um funcionamento autónomo para determinadas prestações informativas”. O hiper-áudio tem, pois, um funcionamento autónomo em relação aos outros recursos, mas interconecta sons com sons, possibilitando uma navegação sonora na rede. Por isso, cabe ao utilizador o papel principal na “audiorede”. É ele, através da interactividade, que vai, de facto, criar o hiper-áudio porque pode escolher partes ou fragmentos dos documentos sonoros sejam musicais ou de palavras e enlaçá-los uns com os outros para gerar um hiper-áudio em que se possa navegar segundo os desejos de cada um (Herreros, 2005).

A interconexão, a interactividade, a fragmentação, o armazenamento fazem parte do conceito de sistemas de hiper-áudio no jornalismo radiofónico na internet, mas esse conceito ficaria incompleto sem a integração das componentes do som. Palavra, música, efeitos sonoros e silêncio são, simultaneamente, a expressividade do som e aquilo que

caracteriza a linguagem radiofónica, o seu elemento definidor, a essência da rádio e, sobretudo, do jornalismo radiofónico.

A narrativa radiofónica e a narrativa jornalística radiofónica não se restringem à comunicação oral, são um produto sonoro com toda a abrangência que isso implica. A linguagem radiofónica, com todos os seus recursos expressivos, espelha, constrói e recria a realidade sonora que nos envolve, devolvendo-nos aos ouvidos os sons do mundo.

“A rádio interpreta o universo a partir da perspectiva sonora” (Herreros, 1995), a sua tarefa consiste em “representar o mundo para o ouvido” (Arnheim, 1980). Por isso, a narrativa radiofónica é uma “sonosfera” (Balsebre, 1996), uma “experiência acústica” (Lazarsfeld, 1946) que está intimamente ligada facto da rádio ser um “*medium* cego” (Crisell, 1994) e é dessa “cegueira” que deriva a natureza da sua linguagem. Os códigos da rádio são puramente auditivos, Crisell (1994) denomina-os de “*surrounding messages*” que ajudam o ouvinte a dar sentido ao que ouve. É o que Balsebre (1996) descreve como sendo o âmbito psicoacústico e comunicativo do meio em que a existência de um ouvinte anónimo e ausente determina, em certa medida, a capacidade criativa e expressiva da rádio. Ou seja, a essência da linguagem radiofónica.

A definição de Balsebre (1996) é, ainda hoje a referência: “o conjunto de formas sonoras e não sonoras representadas pelos sistemas expressivos da palavra, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, cuja significação é determinada pelo conjunto de recursos técnico-expressivos de reprodução sonora e o conjunto de factores que caracterizam o processo de percepção sonora e imaginativo-visual dos radiouvintes”. A definição é ampla e não se limita a enumerar os componentes da linguagem sonora. Se por um lado, abrange os recursos técnicos que tornam possível utilizá-los, reproduzi-los e difundi-los, por outro lado realça a importância da interacção entre emissor e receptor na percepção da mensagem. Só partilhando um código sonoro comum ambos podem codificar, decodificar, compreender e interpretar a mensagem auditiva.

O conceito de linguagem radiofónica de Balsebre aplica-se à rádio hertziana e ao produto sonoro que escutamos na *web* uma vez que o autor fala de formas sonoras e não sonoras, na mediação técnica que permite a produção, emissão e recepção, e sublinha a importância da interacção entre emissor e receptor – factores potenciados pela internet e, especificamente, pelas ciber-rádios. Consideramos, portanto, que o conceito de linguagem radiofónica de Balsebre se aplica aos produtos sonoros da ciber-rádio e, em

concreto, aos conteúdos jornalísticos sonoros. A interacção entre os quatro sistemas expressivos constrói a estética radiofónica que se estende do éter à *web* (Alves, 2004).

É certo que se na rádio o contacto com o ouvinte apenas se faz através do som, na internet a primeira ligação que se estabelece é visual e não auditiva. Mas o som é ainda aquilo que diferencia os conteúdos dos sites das rádios dos sites dos outros meios.

Em 1992 Merayo Pérez escreveu que a rádio ao não ter imagem nem a atracção própria da linguagem visual, o emissor, consciente das suas limitações expressivas, deve utilizar a palavra, a música, os efeitos sonoros e o silêncio, combinando-os com toda a sua eficácia. Na época ainda se falava apenas da rádio hertziana. Agora com a internet não basta a ciber-rádio privilegiar o som para se diferenciar e construir uma marca identitária, porque todos os media podem colocar áudio nos seus conteúdos.

É na combinação dos sistemas sonoros que poderá residir a diferença, na utilização dos quatro sistemas sonoros da linguagem radiofónica. Aquilo a que Herreros (2003) chama, a nova fonosfera que abre uma perspectiva que ultrapassa a rádio hertziana: “escutar rádio na internet é rodearmo-nos de uma diversidade de sons, de uma fonosfera virtual inalcançável no mundo real, no mundo da audição radiofónica tradicional”.

Aliando a interactividade às componentes do som e da linguagem radiofónica podemos, então, formular um conceito para o hiper-áudio mais abrangente, que espelhe as características da rádio e as possibilidades da internet no campo sonoro: os sistemas de hiper-áudio no domínio do jornalismo radiofónico na internet são conteúdos sonoros digitalizados, fragmentados em blocos áudio, que utilizam a linguagem expressiva sonora (palavra, música, efeitos sonoros e silêncio), que têm um funcionamento autónomo mas que estão conectados entre si, e que permitem ao ciberouvinte escolher e conectar fragmentos de documentos sonoros construindo uma audição multisequencial não hierarquizada.

O conceito de hiper-áudio é essencial para a análise dos conteúdos sonoros na rede e, especificamente, os do jornalismo radiofónico na internet. No contexto multimédia na internet interessa-nos analisar de que forma os conteúdos áudio se inter-relacionam e interconectam, ou seja, se geram hiper-áudios.

Foi com base nestes pressupostos, que desenham um conceito de hiper-áudio, que se estabeleceu como objectivo de trabalho aferir se há hiper-áudio nas notícias dos sites das rádios portuguesas.

Metodologia

Na abordagem metodológica adoptada no estudo do áudio nas notícias dos sites das rádios, a internet é entendida como um novo meio comunicacional e não apenas como mais um meio de difusão: um meio hipertextual, multimédia e potencialmente interactivo que modificou a rádio quando entrou na rede.

Em face do elevado número de sites de rádios portuguesas na internet foi necessário estabelecer critérios para seleccionar quais os que seriam objecto de análise. A selecção teve por base três critérios: emissoras hertzianas de âmbito nacional com presença na *web*, que privilegiassem a informação e tivessem conteúdos jornalísticos com áudio nos seus sites. Dentro destes parâmetros foram seleccionados os quatro sites de rádios que lhes correspondiam: a TSF, a Rádio Renascença, a RDP Antena 1, e o Rádio Clube. O Rádio Clube foi incluído porque à data do início da recolha de dados era uma emissora com um projecto vincadamente informativo, quer em antena quer na *web*. A TSF apesar de não ocupar uma frequência nacional abrange todo o território por emitir em cadeia nacional.

A unidade de análise corresponde ao conjunto de notícias em destaque na página de abertura do *website* das quatro rádios portuguesas de âmbito nacional - TSF, Rádio Renascença, RDP e Rádio Clube - observado em quatro períodos de tempo delimitado nos anos de 2008 e 2009, com três consultas diárias. Ao todo foram analisadas 1.605 notícias e as respectivas ligações com especial enfoque nos vínculos sonoros.

Numa grelha de âmbito mais abrangente foram incluídos diversos itens que focassem o áudio: notícias com áudio, número de áudios por notícia e, finalmente, a presença dos componentes do sistema expressivo da linguagem radiofónica (palavra, música, efeitos e silêncio) nas diversas morfologias dos áudios.

Porque queríamos aferir se os sites das rádios utilizam o hiper-áudio, incluímos inicialmente o item “relacionados áudio”, na perspectiva de encontrarmos ligações exclusivamente para áudios e de os podermos quantificar. Ficou ainda em aberto, nessa fase, a hipótese de criar novos itens para caracterizar os hiper-áudios, o que não se veio a concretizar. Aliás, o item acabou por ser eliminado da grelha pelo facto de não ser preenchido uma única vez.

Discussão dos Resultados

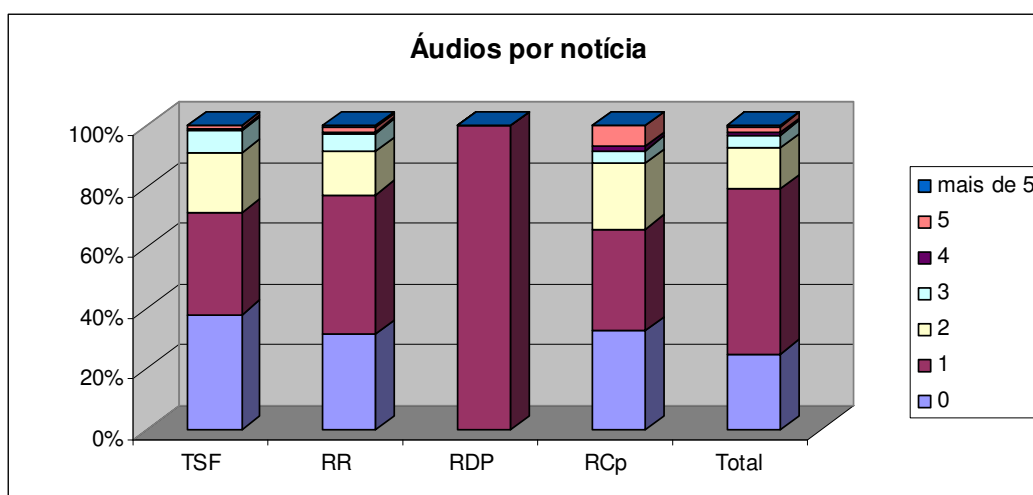
Década e meia depois da rádio ter entrado na *web* generalizou-se a utilização do áudio nas notícias das ciber-rádios. O áudio é o recurso multimédia predominante nos

sites das quatro rádios analisadas. As notícias sem áudio representam 21,4% dos destaques, enquanto as notícias com áudio perfazem 78,6%.

Predominância do áudio nas notícias dos sites das rádios

COMPONENTES	TSF	%	RR	%	RDP	%	RCp	%	Total	%	
Texto	132	33,7%	101	20,0%		0%	111	32,9%	344	21,4%	21,40%
Tx+Audio		0%		0%	370	100,0%		0%	370	23,1%	
Tx+Aud+Fotografia	215	54,8%	189	37,4%		0%	226	67,1%	630	39,3%	
Tx+Aud+Video	42	10,7%	168	33,2%		0%		0%	210	13,1%	
Tx+Aud+Fot+Video	3	0,8%	36	7,1%		0%		0%	39	2,4%	
Tx+Aud+Infografia		0%		0%		0%		0%	0	0%	
Tx+Aud+Vid+Info		0%		0%		0%		0%	0	0%	
Tx+Aud+Fot+Infog		0%		0%		0%		0%	0	0%	
Tx+Aud+Fot+Vi+Inf		0%	12	2,4%		0%		0%	12	0,7%	78,60%
Total	392		506		370		337		1605		

Neste trabalho procurámos ainda saber quantos áudios têm, em média, as notícias em destaque. Os resultados variam de rádio para rádio. Em termos globais, a maioria tem um único áudio: 54,2%. Só excepcionalmente há mais de 5 áudios: 0,1%.



Por estações a TSF tem mais notícias sem áudio, 37,9% do que com um, 33,5% e nenhuma com mais de 5. Na RR destacam-se as notícias com um áudio, 45,8% e as que não têm áudios representam 31,5% do total. No entanto, a Renascença é a única que tem mais de 5 áudios numa notícia, 0,6%. O caso da RDP é diferente já que cada notícia tem apenas um único áudio, o que faz com que este atinja os 100%. O RCp tem mais notícias com um áudio, 33,3%, muito próximo das que não têm, 32,7%, mas é a que tem mais notícias com 5 áudios: 6,5%, sendo que os apresenta não individualmente, mas em sequência num mesmo áudio, ao contrário do que acontece com as restantes.

Áudios por Notícia

	TSF	RR	RDP	RCp	Total
0	37,9%	31,5%	0%	32,7%	25,0%
1	33,5%	45,8%	100%	33,3%	54,2%
2	19,7%	14,2%	0%	21,4%	13,5%
3	7,2%	6,1%	0%	4,5%	4,3%
4	0,9%	0,6%	0%	1,5%	0,7%
5	0,9%	1,2%	0%	6,5%	2,1%
mais de 5	0,0%	0,6%	0%	0,0%	0,1%

A tipologia do site da RDP acabou por condicionar os resultados globais elevando o número de notícias com um áudio. Por essa razão, e para determinar até que ponto o resultado poderia estar enviesado, fizemos uma nova tabela em que a RDP foi excluída dos cálculos. O resultado final não se alterou, mas o diferencial entre cada um dos itens diminuiu consideravelmente.

No conjunto (TSF, RR e RCp) as notícias com um áudio têm 37,5%, com nenhum 34,1%, com dois 18,5%, com três 5,9%, com cinco 2,9%, com quatro áudios 1% e com mais de cinco 0,2%.

Sobre a predominância do áudio nas notícias em destaque nos sites da TSF, RR, RDP e RCp podemos retirar das conclusões:

1ª - O áudio é o recurso predominante

2ª - A maioria das notícias tem apenas um áudio, mas a percentagem de notícias sem áudios é ainda elevada

Quisemos também aferir se a linguagem da rádio, com toda a sua carga expressiva, é transposta das ondas hertzianas para a *web*. Aquilo que podemos concluir é que não. Os áudios são, por larga maioria, vozes dos protagonistas e/ou intervenientes da notícia. Embora haja áudios em que os diversos componentes da linguagem radiofónica são utilizados, podemos afirmar que nas notícias em destaque não se utilizam todos os recursos expressivos da linguagem radiofónica, havendo predominância de um único: a palavra. E de uma morfologia: a declaração. Esta morfologia é a mais utilizada pelos sites de rádio analisados e, no total, perfaz 73,5%.

Morfologia dos Áudios

	TSF	RR	RDP	RCp	Total
Declaração	90,9%	66,0%	42,5%	91,8%	73,5%
Peça Tx	0,9%	2,9%	15,4%	3,0%	5,6%
Peça RM	0,9%	4,1%	6,5%	1,2%	3,1%
Peça c/ amb sonoro	0,6%	0,0%	0,8%	0,2%	0,4%
Reportagem	4,5%	17,4%	26,3%	2,1%	12,2%
Rep c/ amb sonoro	2,3%	3,2%	4,3%	0,2%	2,4%
Entrevista integral	0,0%	4,4%	4,1%	1,4%	2,4%
Entrevista em blocos	0,0%	2,0%	0,0%	0,0%	0,5%

A música, os efeitos e o silêncio, raramente são utilizados. Encontramo-los no arquivo dos sites, os que o têm, nas grandes reportagens ou rubricas informativas. Nas notícias do dia-a-dia, imperam as declarações enquadradas pelo texto.

Nos resultados totais a presença de peças e reportagens com ambiente sonoro ou sonorizadas é quase insignificante: 2,8% enquanto o conjunto das restantes morfologias é de 97,3%.

Os recursos, quando utilizados, surgem mais como cenário sonoro do que propriamente com uma função expressiva da própria mensagem jornalística.

Sobre a morfologia dos áudios nas notícias em destaque na TSF, RR, RDP e RCp podemos retirar duas conclusões:

1ª – A declaração é a morfologia predominante

2ª – As peças e reportagens com ambiente sonoro ou sonorizadas são pouco utilizadas e registam uma tendência de queda significativa.

Apesar do áudio ser predominante, a linguagem radiofónica é praticamente inexistente. E sendo os sistemas expressivos do som determinantes para avaliar a existência de hiper-áudio poderíamos desde já concluir pela sua inexistência. No entanto, considerámos importante verificar a forma como o áudio é apresentado na página: onde está, como se acede, como funciona.

No primeiro contacto visual é o texto que domina a página. O áudio está isolado da notícia numa caixa à parte o que sugere que o ciberouvine terá de fazer um percurso na página até o visualizar. Aparece, em três dos sites, como se fosse uma listagem das vozes dos diferentes protagonistas da notícia. E quando se clica na frase que lhe corresponde abre-se uma janela que tem apenas esse som, no caso da RDP e TSF; apenas um som ou uma sequência num mesmo áudio, como acontece no RCp; um som ou todos numa mesma caixa, como na RR.



RR – Notícia com áudio (2008 e 2009)



TSF – Notícia com áudio (2008)



TSF – Notícia com áudio (2009)



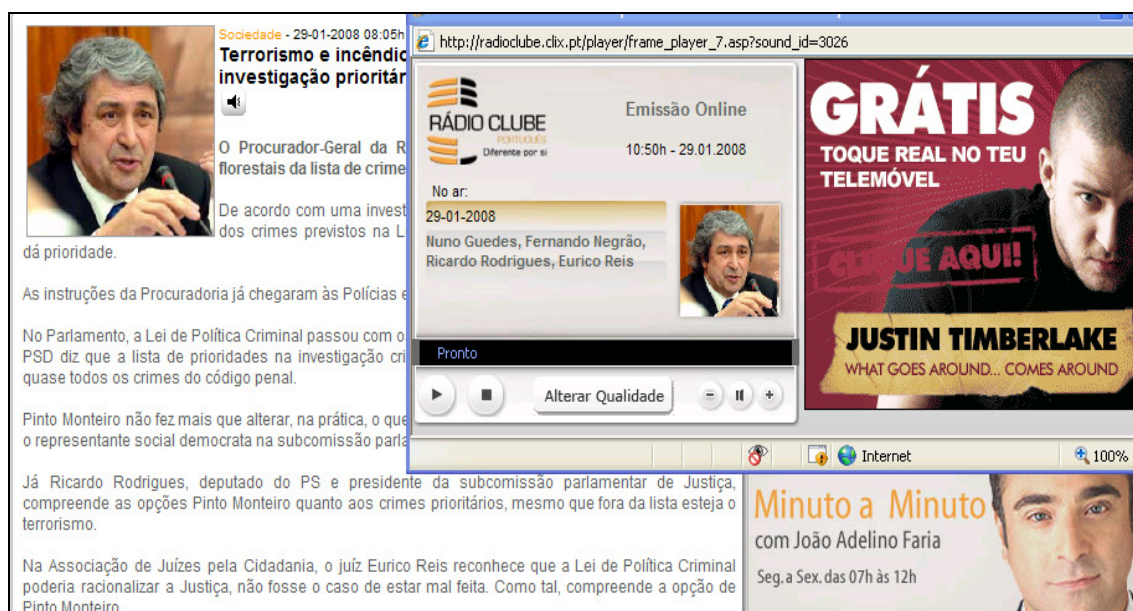
RDP – Notícia com áudio (Fevereiro de 2008)



RDP – Notícia com áudio (Maio de 2008)



RDP – Notícia com áudio (Maio de 2009)



RCp – Notícia com áudio (2008 e 2009)

Tendo por referência o conceito de hiper-áudio, pode considerar-se que nos quatro sites analisados não há hiper-áudios. A TSF e a RR são as que mais se aproximam do conceito, mas a maioria das suas características estão ausentes, pelo que não o consideramos como tal.

Apenas na RR as ligações de áudios para outros áudios existem dentro da mesma janela, mas restringem-se aos que integram a notícia a que correspondem. Consideramos que não se trata de hiper-áudio, mas de um agrupamento de áudios num mesmo espaço e que apenas têm relação com a notícia a que directamente se referem. Sendo que, depois da última reformulação, a RR deixou de apresentar os áudios numa janela optando por uma listagem de sons no canto superior direito.

A listagem é pois, a forma mais comum de apresentar os áudios, quer seja em texto *linkado* (RR e TSF), quer seja em ícone que ao ser clicado apresenta os sons em sequência (RCp). No caso da RDP há um único som para cada notícia e, também por isso, não se pode inserir no conceito de hiper-áudio. No entanto, este é o único site que depois da última reformulação no período em análise, coloca o áudio em destaque, mais do que o texto: o primeiro olhar vai para a caixa do som e não para o texto (muito curto) da notícia.

Conclusões

Não encontramos nenhum exemplo que correspondesse a qualquer das conceptualizações de hiper-áudio enunciadas nesta investigação. Os áudios, por si só

não conduzem a outros áudios, não estabelecem um fio condutor sonoro entre si, nem utilizam a expressividade da linguagem sonora. Não há uma articulação dos componentes do som e da linguagem radiofónica: palavra, música, efeitos e silêncio. Não há hiper-vínculos sonoros, mas apenas uma listagem de áudios, seja em sequência escrita ou sonora.

O hipertexto ciber-rádiofónico é formado sobretudo por ligações aos áudios e às notícias relacionadas com data recente. Essas ligações não estão integradas no texto, surgem em separado, em caixas isoladas do texto principal. A compartimentação é, aliás, um dos denominadores comuns aos sites. Todas as hiperligações são feitas não a partir do texto, mas de fora do texto, colocando em causa a própria concepção de hipertexto na *web*. A lógica da hipertextualidade é contrariada quando os áudios são remetidos para um espaço próprio, separado do texto. Uma opção que condiciona o ciberouvinte que poderá ficar apenas pelo texto sem sentir necessidade de ouvir o som da notícia.

O ciberouvinte dispõe das ferramentas necessárias para ouvir os áudios, mas terá de ter sempre o texto como referência para as opções seguintes. Ou seja, a forma como são apresentados os áudios não permite, desde logo, que o internauta construa a sua própria narrativa sonora baseada apenas no som.

Consideramos, por isso, que não há hiper-áudio e, por consequência, uma narrativa sonora de hiper-áudio.

Herreros (2008) olha para a ciber-rádio como uma nova realidade sonora virtual, que amplia a capacidade imaginativo-visual do ciberouvinte através da combinação dos componentes do som e dos restantes recursos da *web*. Mas aquilo que encontramos é uma realidade sonora virtual menos expressiva que se cinge à palavra e que não explora novas possibilidades, nem aparenta experimentar ou ir além das ferramentas proporcionadas pela internet.

Num meio multimédia, interactivo e hipertextual, o som é apenas um entre vários recursos, uma entre várias possibilidades, embora a sua utilização se faça por justaposição, o que contribui para a dificuldade em definir e caracterizar uma nova narrativa sonora e uma nova linguagem sonora.

Referências Bibliográficas

- Armañanzas, Diaz Noci y Meso, Emy, Javier e Koldo (1996) “El periodismo electrónico”, Ariel, Barcelona
- Alves, Raquel Porto Alegre (2004) “O Radiojornalismo nas Redes Digitais”, Tese de Mestrado na Universidade Federal da Bahia in http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_portoalegre_dissertacao.zip (consulta em Março.2007)
- Antón, Emma Rodero (2004) “La rádio en Internet: El reclamo de um nuevo producto radiofónico diseñado para la red”, comunicação ao Cuarto Congreso Latino Americano de Periodismo, in http://cuarto.congresoperiodismo.com/comunicaciones/rodero_comunica.doc (consulta em Maio.2007)
- Arnheim, Rudolf (1980) “Estética radiofónica”, Editorial Gustavo Gili, Barcelona
- Balsebre, Armand (1996) “El Lenguaje Radiofónico”, Cátedra, Madrid
- Belau, Ángel Faus (2001) “Reinventar la rádio” in Chasqui nº74 <http://www.comunica.org/chasqui/faus74.htm> (consulta em Maio.2007)
- Brecht, Bertold (2003) “Teorias de la Radio”, in Eptic Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, Vol V, nº2, Mayo-Ago 2003 in <http://209.85.135.132/search?q=cache:rOBvOhk4a8cJ:comunix.org/files/epitic01.pdf+LA+RADIO:+%C2%BFUN+DESCUBRIMIENTO+ANTEDILUVIANO%3F&cd=5&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=pt> (consulta em Maio de 2007)
- Crisell, Andrew (1994) “Understanding Radio”, Routledge, London
- Caridad, Mercedes y Moscoso, Purificación (1992) “Una introducción a los sistemas de hipermedios”, in <http://www.ucm.es/BUCM/revistas/byd/11321873/articulos/RGID9292120009A.pdf> (consulta em Outubro.2007)
- Herreros, Mariano Cebrián (1995) “Información Radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación”, Editorial Síntesis, Madrid
- Herreros, Mariano Cebrián (2003) “La rádio en Internet”, in http://www.nebrija.com/eventos/dca/ciberperiodismo/Ponen_Cebrian_12-03-03.pdf (consulta em Maio.2007)
- Herreros, Mariano Cebrián (2005) “Información Multimedia”, Pearson, Madrid
- Herreros, Mariano Cebrián (2008) “La radio en Internet”, La Crujía, Buenos Aires

- Lazarsfeld, Paul F. and Field, Harry (1946) “The people look at radio”, The University of North Carolina Press, EUA
- <http://www.archive.org/search.php?query=radio%20research%20AND%20collection%3Aamericana> (consulta em Julho.2009)
- Martínez-Costa, Pilar (coord) (2001) “Reinventar la radio”, Ediciones Eunate, Navarra
- Merayo Perez, Arturo (1992) “Para entender la radio”, Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca
- Nielsen, Jakob (1987) “Hiptertext’87 trip Report” in <http://www.useit.com> (consulta em Outubro.2007)
- Nielsen, Jakob (1995) “Guidelines for Multimedia on the Web” in <http://www.useit.com> (consulta em Outubro.2007)
- Nielsen, Jakob (1995) “Multimedia and Hypertext - The Internet Beyond”, Academic Press, San Diego

Sites de Rádios

<http://www.rr.pt/>

<http://tsf.sapo.pt/paginainicial/>

<http://www.rtp.pt/>

<http://radioclube.clix.pt/>